

# PRINCIPAIS MÉTRICAS



**PARA**

**ONDE**

**DEVE**

**VOCE**

**OLHAR?**



# CPM

Custo por 1.000 impressões. De forma simplificada, é o custo para alcançar 1.000 pessoas



**Redes Sociais Novas: Barato**  
**Redes Sociais Maduras: Caro**

**Países Tier 1: Caro**  
**Países Tier 2-3: Barato**

**Público Concorridos: Caro**  
**Públicos Amplos: Barato**

# CTR

Taxa de Clique no Anúncio. Se 1 pessoa clica a cada 100 pessoas alcançadas, então o CTR será de 1%



**Native Ads: Alto**  
**Display Ads: Baixo**

**Redes Sociais: Alto**  
**Portais & Blogs: Baixo**

**Chama Atenção: Alto**  
**Pouca Atenção: Baixo**



Exemplo no próximo slide:



# SLIDE DO AULAO: ONDE ESTÁ O ERRO?

CTR LINK

RUIM: -3%

LUCRATIVO: DE 3 A 7%

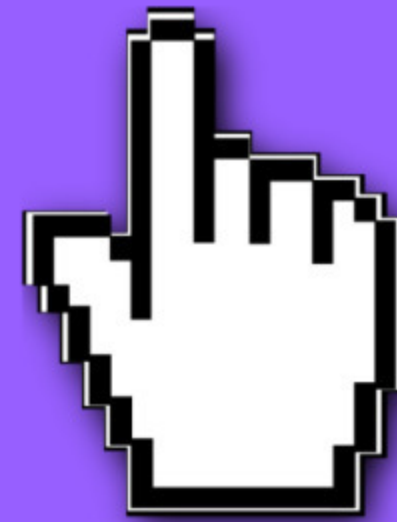
EXCELENTE: +7%

CPC LINK

RUIM: +R\$ 1

LUCRATIVO: DE R\$ 0.40 A 1

EXCELENTE: -R\$ 0.40



DESCONTO PARA OS ALUNOS DO MASTER-CRIATIVOS!



# CPC

Custo por Clique. De forma simplificada, é o quanto você investe em ads para ter 1 pessoa clicando no seu anúncio (indo para o seu site)



CPM baixo + CTR alto = CPC baixo  
CPM baixo + CTR baixo = CPC medio

CPM alto + CTR baixo = CPC alto  
CPM alto + CTR alto = CPC medio

# EPC

Lucro líquido por clique no anúncio. É o quanto você lucrou a cada clique no seu anúncio. Muito usado pelos americanos



Anúncio Bom = Muito Lucro  
Anúncio Ruim = Pouco Lucro



# MINHA PROPOSTA PARA SEU ADS





# 8 a 120%

CTR DE CLIQUE NO LINK



**Conversão =  $At \times (Em + Pr) + Si + Na$**

Utilizando no texto, no título e na mídia os elementos dessa fórmula. Para conseguir a maior número de cliques possível.



V-E-U-A

